** 2019年高职扩招**

**市场营销专业人才培养方案（社会人员）**

**一、专业名称（专业代码）**

市场营销（630701）

**二、入学要求**

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力,且符合国家、省招考文件精神取得入学资格的社会人员

**三、基本修业年限**

本专业学制3年，实施弹性学习，最长不超过6年

1. **职业面向**

表1 职业面向

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | 职业资格证 |
| 所属专 | 所属专 |  |  |  |  |
|  |  | 对应行业 | 主要职业类别 | 主要岗位群或 | 书和职业技 |
| 业大类 | 业类 |  |  |  |  |
|  |  | （代码） | （代码） | 技术领域举例 | 能等级证书 |
| （代码） | （代码） |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 举例 |
|  |  |  | 营销员 |  |  |
|  |  |  | （4-01-02-01） | 销售经理 |  |
|  |  |  | 商品营业员 | 区域销售经理 |  |
| 财经商 | 市场营 | 批发业、零 | （4-01-02-03） | 卖场经理 |  |
| 贸大类 | 销类 | 售业 | 摊商 | 小微商业企业 | 暂无 |
| （63） | （6307） | （51、52） | （4-02-02-05） | 创业者 |  |
|  |  |  | 市场营销专业 | 市场主管 |  |
|  |  |  | 人员 | 市场经理 |  |
|  |  |  | （2-06-07-02） |  |  |

**五、培养目标**

以立德树人为根本，构建“三全育人”的人才培养体系。培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有工匠精神和创新意识，价值观端正、知识丰富、能力全面能够从事企业管理、销售经理、区域销售经理、卖场经理、小微商业、企业创业者、市场主管、市场经理等工作的高素质技术技能人才。

**六、培养规格**

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

**（一）素质**

1.坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

2.崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

3.具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

4.勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

5.具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

6.具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

**（二）知识**

1.掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

2.熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、现代市场规则等相关知识。

3.掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

4.掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

5.掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

6.掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

7.掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

8.掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

9.熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

**（三）能力**

1.具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

2.具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

3.能够与客户进行有效沟通。

4.能够对客群和竞争者进行分析。

5.能够组织实施营销产品的市场调查与分析。

6.能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。

7.能够组织实施推销和商业谈判。

8.能够对客户关系和销售进行日常管理。

9.能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。

10.具备一定的商业信息技术与工具应用能力。

11.具备数据意识和商务数据分析应用能力。

12.具备商务礼仪规范应用能力。

**七、课程设置及学时安排**

**（一）课程设置**

课程包括公共基础课程和专业课程。

**1.公共基础课程**

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并可将党史国史、劳动教育、劳动教育、大学语文、公共外语、信息技术、创新创业教育、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。学校根据实际情况开设具有本校特色的校本课程。

具体课程描述如下：

《思想道德修养与法律基础》（2018版）课程描述

《思想道德修养与法律基础》是高职院校各专业面向高职大学生开设的一门公共基础课，本课程旨在帮助学生了解日常生活和职业生活中道德法律知识和规范。课程以马列主义、毛泽东思想为指导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为价值取向，以正确的世界观、人生观、价值观和道德观、法制观教育为主要内容，把社会主义核心价值观贯穿教学的全过程，通过理论学习和实践体验，帮助大学生确立正确的世界观、人生观和价值观，形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国精神，加强思想品德修养，增强学法、用法的自觉性，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养，把大学生培养成社会主义事业的合格建设者和接班人。本课程在具备一定文化水平和心理素质基础上，需要将课堂教学和实践教学有效融合，以真正发挥这门课程的思想引领作用。课程按照国家文件要求3学分，每周3学时，在大学生入学后的第一学期开设，该课程的后续课程是《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（2018版）课程描述

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》是高职院校各专业面向高职大学生开设的一门公共基础课，是高校思想政治理论课的重中之重。通过本课程的学习旨在帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理及其对当代中国发展的重大意义，增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本纲领及各项方针政策的自觉性和坚定性，树立中国特色社会主义共同理想，并在不断践履中牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，强化学生服务社会、报效国家的责任意识和实践能力。本课程集中阐述马克思主义中国化的两大理论成果，结合《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》，以专题的形式着重为学生讲解当前新时代背景下中国特色社会主义总体布局和战略目标，树立在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，真正做到用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，夺取新时代中国特色社会主义的伟大胜利。本课程按照国家文件要求4学分，在大学生入学后的第二学期开设，每周4学时，前期课程是《思想道德修养与法律基础》。

《形势与政策》课程描述

《形势与政策》课是高职院校各专业面向高职大学生开设的一门公共基础课，是贯彻、落实党和国家路线、方针、政策的一门重要课程，在高校大学生思想政治教育中担负着重要使命。本课程旨在帮助学生及时、正确地认识新时代国内国际热点、难点和敏感问题,及时、正确理解党的理论、路线、方针、政策，认识党和国家面临的形势与任务，培养大学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力，提高学生的实践能力和社会适应能力。本课程教学中主要联系涉及国内与国际两个领域的时政热点问题，灵活运用多种教学方法和现代化教学手段讲述十八大以来党和国家事业发展取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战，通过学习增强学生的获得感和满意度。本课程按照国家文件要求1学分，分别在新生入校后的第一、第二、第三、第四学期开设，每学期8个学时。

《大学语文》课程描述

《大学语文》是一门为高职生提供坚实价值根基的公共课。主要目标是引导高职生进一步拓宽视野、启蒙心智、健全人格，提高人文素养，帮助大学生进一步贴近语言、文学，增强学生的阅读、表达和写作能力。主要内容是通过阅读理解中华传统经典文学作品，发掘优秀文学作品所蕴涵的内在思想教育、情感熏陶因素，提高学生思维品质和审美悟性，帮助他们突破思维定势，激发创造精神，学会形象思维和逻辑思维，从而建构起开放灵活的思维方式，形成健康高雅的审美心理和情趣，帮助学生数量正确的世界观、人生观和价值观，增强爱国主义精神和民族自豪感。教学要求是通过对作品的解读、赏析，培养高尚的道德情操和健康的审美情趣，提升自身的文化素养和品位，促使广大高职生正确认识人与自然、人与社会、人与人之间的关系，理解优美而丰富的人性，培养爱心，追求真善美，建立对人类普世价值体系的认同。

《大学体育》课程描述

1、教学目标

全面贯彻党的教育方针，为国家培养品德高尚、人格健全、体格健壮的高素质人才；引导学生建立终身锻炼的意识，能够掌握一定的体育健身理论知识和运动技能，并能养成体育锻炼的习惯；弘扬体育精神，形成积极进取、乐观开朗的生活态度，培养学生体育欣赏及审美情趣。提高与学生专业特点相适应的体育素养。

2、教学内容

体育课程将“健康第一”的指导思想作为教学内容的基本出发点，遵循大学生身心发展规律和兴趣爱好，主要包括以下几个方面内容：

（1）田径、篮球、排球、足球、羽毛球、乒乓球、健美操等各专项运动的基本技术、技能、战术、理论知识及专项身体素质。

（2）体育锻炼的基本理论知识和科学锻炼身体的方法。

（3）各专项运动的竞赛规则和裁判法以及基层单项比赛的指导方法和组织方法。

3、教学要求

通过体育理论知识教学的学习，让学生初步掌握体育保健的基本方法，使学生全面明确日常生活方式和健康关系，树立正确的健康观念，不断促进学生身心健康发展，陶冶美的情操。认真研究和探索教学的特点和规律，以课堂教学为中心，全面完成体育教学目标和基本要求。体育教学中必须加强素质教育，并将素质教育贯彻教学始终，全面提学生的综合素质。应充分利用现代教学技术、教学手段，提高体育教学效果，充分利用现代教学手段提高教学效率。

《大学生心理健康教育》课程描述

通过课程教学，使学生在知识、技能和自我认知三个层面达到以下目标。

知识层面：通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识。

技能层面：通过本课程的教学，使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等。

自我认知层面：通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。

《大学生创业与就业》课程描述

《就业与创新创业教育》是一门为高职生提供创新创业教育理念、教育原则转化为具体的创新创业实践的公共课程，也是大学创新创业型人才培养目标得以实现的桥梁。

1、教学目标：学生通过本课程的学习，能清晰地认识到创新的重要性，掌握一些基本的创新技法，并且在学习生活中能积极主动去创新；通过对创业理论知识的学习，学生的创业意识和创业素养有比较明显的提高；通过对创新创业案例分析与讨论，切实提升学生的创业能力并树立正确的创业成败观。学生需要培养善于思考、勇于探索的创新精神；敢于承担风险、挑战自我的进取意识；面对困难和挫折不轻易放弃的态度；识别机会、快速行动和善于解决问题的时间能力；善于合作、诚实守信、懂得感恩的道德素养；以及创造价值、回报社会的责任感。

2、教学内容**：**熟悉创新思维提升的基本方法；知道创业的基本概念、基本原理和基本方法；了解创业的产生与演变过程；掌握商业模式的设计；对互联网经济趋势有较为全面的认识，主动适应互联网经济大趋势。学习创新创业者的科学思维能力；了解创业过程中的财务计算与分配能力；在项目运营过程中掌握分析问题、概括、总结能力；通过加强社交能力，从而提升信息获取与利用，提高合作的能力。掌握主动创新意识，创业潜质分析能力，并能够进行创业机会甄别和分析，树立科学的创新创业观。

3、教学要求**：**从以教师为主向以学生为主的转变、从以讲授灌输为主向以体验参与为主的转变，调动学生学习的积极性、主动性和创造性。充分整合校内教育资源，组织开展灵活多样的创业讲座、创业训练、创业模拟、创业大赛等活动。积极创造条件，支持学生创办并参加创业协会、创业俱乐部等社团活动。充分利用校内外资源，依托校企联盟、科技园区、创业园区、创业项目孵化器、大学生校外实践基地和创业基地等，开展学习参观、市场调查、项目设计、成果转化、企业创办等创业实践活动。

《计算机基础》课程描述

《计算机基础》课是新生入校的第一门计算机课程，是支撑学生核心素质能力的公共基础课程和必修课程，其涉及面广，影响大，实践性强。

1. 教学目标**：** 培养学生利用计算机查找数据、处理数据的能力，培养学生使用Microsoft Office软件处理日常生活工作中碰到的事务，也为以后能掌握计算机基本操作技能，为学好本专业后续课程打下坚实的基础。

2、教学内容：计算机基本组成和工作原理；windows操作系统应用；WORD办公自动化应用方法；EXCEL表格处理和数据处理方法；PPT演示文稿编辑和处理方法；网络基本知识；数字媒体技术基本知识和应用；基本编程软件的使用等基本知识。

3、教学要求：本课程是一门综合实践活动课程，采取基于工作过程的自主学习任务驱动式教学理念，主张以学生自主学习为主，教师引导为辅的，以任务驱动为主要教学方法的教学模式。精讲多练主要做到以下几个方面：对于基本概念、方法，要做到精讲。与基本知识配套的上机练习和操作性很强的知识，属于“多练”内容是本课程的基本教学要求。

**2.专业课程**

一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。包括以下主要教学内容：

(1)专业基础课程

设置的课程有：商品学、经济学基础、统计学基础、客户服务与管理、广告实务、职业素养与发展、团队管理、财经应用文、连锁经营管理。

课程描述见表1---9

表1《商品学》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 4 | 课时数 | 60 | 学 分 |  |
| 课程内容 |  包括商品分类 、商品的特性 、商品质量 、商品标准 、商品检验 、商品包装 、商品养护 、 商品与资源和环境 等  |
| 学习要求 | 使学生具备从事市场营销、商务、会计等工作所必须具备的商品基本知识，为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。  |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表2《职业素养与发展》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 5 | 课时数 | 36 | 学 分 |  |
| 课程内容 | 树立正确的职业目标、培养诚信的品质、培养走向成功的良好习惯、敬业、增强责任心、培养团队精神、锻炼吃苦能力、学会科学管理时间、学会有效沟通、保持积极的心态、培养进取心、树立自信心、树立自信心、职场礼仪、职业中应具备的法律常识 |
| 学习要求 | 通过本课程的教学，高职生应当认同职业素养提升是自身职业化和实现职业生涯可持续发展的有效途径，树立起职业生涯发展的自主意识、积极正确的人生观、价值观和就业观念，能坚持参加社会实践，在实践中体验、训练和强化职业道德行为及习惯，养成良好的职业素养。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表3《广告理论与实务》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 6 | 课时数 | 60 | 学 分 |  |
| 课程内容 | 本课程教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告评估等，使学生通过该课程的学习，扎实掌握广告的基本原理，掌握广告营销方面的理论与方法。  |
| 学习要求 | 通过该课程的学习，使学生在掌握广告策划实务的一般理论、方法基础上，突出和深化对于广告营销理论和实践的训练，培养既能从事一般广告营销，在掌握广告基本理论的基础上，掌握广告营销方面的基本技能。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表4《客户服务与管理》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 3 | 课时数 | 60 | 学 分 |  |
| 课程内容 | 包括客户关系管理重要性认识培养、客户关系管理的理论体系、客户信息管理、大客户管理、客户满意管理、案例探讨与分析训练 |
| 学习要求 | 能够独立完成有关项目的客户满意管理调查报告；学习服务大客户的方法，运用于企业大客户定位的具体实践活动；运用各种服务技巧能够独立完成有关项目的客户投诉处理的研究分析报告。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表5《连锁经营原理与实务》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 5 | 课时数 | 60 | 学 分 |  |
| 课程内容 | 包括连锁经营概述、连锁经营的起源及展望、连锁企业经营战略、连锁经营企业的门店管理、现代零售业态介绍、连锁企业组织设计、连锁企业采购管理、连锁物流管理 |
| 学习要求 | 能够辨识连锁便利店，能拟定便利店开设门店的条件 ； 能够辨识连锁百货店，能拟定百货商店开设门店的条件；能够辨识连锁专业店，能拟定专业店开设门店的条件 ；能够辨识连锁专卖店，能拟定专卖店开设门店的条件 ； 能够完成连锁企业的组织结构设计 ； 能够设计连锁总部组织结构 ； 能够设计连锁企业门店组织结构；能够设计连锁企业物流配送中心组织结构. |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

**表6《统计学原理》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 1 | 课时数 | 60 | 学分 | 4 |
| 课程内容 | 通过本课程的教学，使学生理解并应用统计学的基本知识；熟悉一些常用的重要理论和方法；能运用所学知识，完成对统计资料的搜集、整理和分析工作，提高学生对社会经济问题的数量分析能力。统计学基础是职业基本能力课程，培养学生拿到统计职业资格上岗证，适应统计岗位工作，操作技能达到本专业上岗标准。 |
| 学习要求 | 通过本课程的学习与训练活动，了解并运用统计学基础的相关知识，掌握处理统计基本业务的能力。通过实训和实践操作，让学生切实体会到统计工作的过程。让学生首先学会统计设计、搜集资料、整理资料、计算分析资料，最后撰写分析报告。从而使学生对统计工作的整个流程得到一个全真认识，使学生掌握统计分析方法，提高解决经济生活中实际问题的能力。 |
| 教学方法和手段 | 采用项目导向，团队协作、案例教学，自主性学习，做学合一。建立师生交流渠道，经常和学生一起反思学习过程和学习效果，做到教学相长。 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下集中教学和技能训练。 |
| 保障条件 | ERP实训室、多媒体、网络教学资源平台 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

**表7《经济学原理》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 3 | 课时数 | 60 | 学分 |  |
| 课程内容 | 通过本课程的教学，使学生理解并应用如何有效积累财富并权衡各种有效资源的优化配置和使用而产生，讲解价格形成的一般理论、消费者理性行为和厂商的生产行为与企业运营的市场规律，分析宏观经济运行的一般原理和政府实施宏观调控的原则和方法。 |
| 学习要求 | 通过本课程的学习，帮助学生树立崇高的职业观念，科学的经济观念，正确认识市场经济运行规律，掌握企业运营的相关知识、技能，熟练掌握市场经济规律。使学生具备岗位所必须的基本经济理论知识和解决相关经济问题的能力，为相关经济管理类的学习和将来卓有成效地开展经济调研工作打下良好基础。 |
| 教学方法和手段 | 采用项目导向，团队协作、案例教学，自主性学习，做学合一。建立师生交流渠道，经常和学生一起反思学习过程和学习效果，做到教学相长。 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下集中教学和技能训练。 |
| 保障条件 | ERP实训室、多媒体、网络教学资源平台 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

**表8《财经应用文》课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 2 | 课时数 | 32 | 学分 |  |
| 课程内容 | 通过本课程的教学，向学生系统地讲授应用写作的意义和作用，常用应用文的性质、特点、基本格式、写作方法以及要求，着重日常、事务类与常用公文的写作能力的培养；通过教学，使学生明确应用写作的意义和作用，掌握常用应用文写作的格式与写作技巧，具备基本的写作能力。 |
| 学习要求 | 通过本课程的学习，帮助学生提高学生应用文的阅读、鉴赏和评析能力；通过强化多种文体的写作训练，使学生能够起草、修改常用的应用文，达到格式规范、观点正确、内容具体、条理清楚、语句通顺、文笔简练、文面整洁的要求。 |
| 教学方法和手段 | 采用项目导向，团队协作、案例教学，自主性学习，做学合一。建立师生交流渠道，经常和学生一起反思学习过程和学习效果，做到教学相长。 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下集中教学和技能训练。 |
| 保障条件 | 多媒体、网络教学资源平台 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表9《团队管理》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 3 | 课时数 | 60 | 学 分 |  |
| 课程内容 | 包括团队概述、团队的类型、团队精神、团队培育　、团队冲突、　团队绩效　、团队文化、团队创新、团队沟通等　 |
| 学习要求 | 通过《团队管理与沟通》课程的学习，树立学生的团队管理与沟通意识，提高其团队管理的能力，提高其沟通能力，并掌握企事业单位团队的组建和管理全过程的理论知识和相关技巧。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

（2）专业核心课程

设置的课程有：市场营销基础、推销技巧与谈判、销售管理、市场调查与预测、消费者行为学、营销策划、渠道设计与管理。

在深入剖析市场营销专业的职业面向、工作任务和所需职业能力的基础上，将《市场营销学》、《市场调查与预测》、《推销技巧与谈判》、《销售管理》、《营销策划》、《分销渠道设计与管理》和《消费着心理学》等 7 门课程设置为专业核心课程，具体课程描述见表10—表16。

表 10《市场营销学》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 第1学期 | 课时数 | 80 | 学分 | 6 |
| 课程内容 | 包括市场营销基础知识、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选、营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等知识 |
| 学习要求 | 通过课程理论学习和实践训练，同学们能够通过分析营销环境，制定营销战略。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表11《市场调查与预测》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 第2学期 | 课时数 | 80 | 学分 | 6 |
| 课程内容 | 包括调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据整理与分析、调查报告撰写、预测方法等知识与实务操作 |
| 学习要求 | 通过课程理论学习和实践训练，同学们能够掌握市场调研的方法、组织方式、程序，能够根据调研结果选择何时的预测方法进行预测。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、案例分析、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表12 《销售管理》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 第4学期 | 课时数 | 80 | 学分 | 6 |
| 课程内容 | 包括销售目标设定与分解、销售团队建设与管理、渠道中间商的选择、激励与管理、客户关系管理、销售数据分析、诊断与改进等知识与实务操作 |
| 学习要求 | 通过课程理论学习和实践训练，同学们能够根据销售目标组建销售团队，选择合适的中间商，并能进行销售数据分析，改进和优化管理 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、案例分析、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力 |

表13 《营销策划》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 第3学期 | 课时数 | 80 | 学分 | 6 |
| 课程内容 | 市场营销策划导论、市场营销环境分析、企业战略策划、市场调研与预测策划、市场细分与定位策划、产品策略策划、品牌策划、价格策略策划、营销渠道策略策划、促销策略策划等。 |
| 学习要求 | 通过课程理论学习和实践训练，同学们能够熟练掌握市场细分与定位策划、产品策略策划、品牌策划、价格策略策划、营销渠道策略策划、促销策略策划等。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、案例分析、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表14《推销技巧与谈判》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 第3学期 | 课时数 | 80 | 学分 | 6 |
| 课程内容 | 包括:推销与推销人员、推销心理与推销模式、顾客开发、推销接近与洽谈、顾客异议处理与成交、推销管理；商务谈判概述、商务谈判组织与管理、商务谈判策略、商务谈判思维与沟通、国际商务谈判、商务谈判礼仪、。 |
| 学习要求 | 通过课程理论学习和实践训练，同学们能够熟练掌握和运用推销技巧以及商务谈判礼仪 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、案例分析、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表15《分析渠道设计与管理》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 第5学期 | 课时数 | 80 | 学分 | 6 |
| 课程内容 | 分销渠道导论、分销渠道的基本成员、分销渠道系统设计、分销渠道管理概要、分销渠道管理实务、分销渠道的评估与完善、分销渠道物流管理、分销渠道信息系统、网络分销渠道策略和国际分销渠道等。  |
| 学习要求 | 通过课程理论学习和实践训练，同学们能够设计分销渠道并进行评价 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、案例分析、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表16 《消费者心理学》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 第2学期 | 课时数 | 80 | 学分 | 6 |
| 课程内容 | 分析消费者获得消费信息、形成消费态度、产生消费需要与动机、作出购买决策、享受消费价值、得到消费体验的过程，介绍消费者个性、消费群体的心理特点，分析网络平台、营业环境、社会因素、商品品牌与消费者心理之间的关系，介绍研究消费者心理的主要方法。 |
| 学习要求 | 通过课程理论学习和实践训练，同学们能够掌握研究消费者心理的主要方法，了解影响消费者购买行为的因素，以提供更好的产品和服务，实现销售增长。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、案例分析、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

(3)专业拓展课程

根据行业发展、职业发展、区域经济等对市场营销专业人才的复合型要求设置新媒体营销、新零售管理、国际贸易、网络营销。

**课程描述表17---20**

(3)专业拓展课程

根据行业发展、职业发展、区域经济等对市场营销专业人才的复合型要求设置新媒体营销、新零售管理、国际贸易、网络营销。课程描述见表

表17《网络营销》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 5 | 课时数 | 36 | 学 分 |  |
| 课程内容 | 网络营销导引、网络营销市场定位、网络营销平台建设、网络产品在线推广、网络营销方案策划与实施、网络营销效果评估与优化 |
| 学习要求 | 熟练掌握目前市场上主流的网络推广的方式和工具，如搜索引擎、网络广告、电子邮件、论坛、博客、网站联盟等，并能根据行业、企业和产品的特点，制订务实可行的推广创意和策划文案。初步掌握毒性营销、事件营销、名人营销、数据库营销、网络公关等网络营销推广的方法和手段，并能根据企业的实际情况，形成切实有效的网络推广的创意与方案 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表18《国际贸易》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 2 | 课时数 | 36 | 学 分 |  |
| 课程内容 | 本课程教学内容包括国际贸易概述、国际贸易合同的签订与履行、国际货物运输、国际货运保险、国际贸易结算方式、商检与报关、仲裁与索赔 |
| 学习要求 | 培养学生学会应用基本的国际贸易理论；运用已掌握的知识去开展国际贸易活动；具备高效履约、结汇、规避风险的能力。 |
| 教学方法和手段 | 采用启发引导、情境教学等教学方法 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 本课程的考核方式以形成性考核和终结性考核相结合的方式进行。形成性考核占课程总成绩的 50%；终结性考核成绩占课程总成绩的 50%，主要考核学生的理论掌握程度和实际操作能力。 |

表19《新媒体零售管理》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 | 6 | 课时数 | 36 | 学 分 |  |
| 课程内容 | （1）新媒体零售：传统零售模式转型与创新（2）消费者主权模式下的新媒体零售（3）新媒体零售模式下的商业新形态（4）新媒体零售环境下的商业新法则（5）零售渠道变革（6）新媒体零售渠道、技术、产业链变革与管理（7）新媒体零售企业运营实践 |
| 学习要求 | （1）掌握新媒体零售管理综合应用技巧（2）掌握新媒体零售平台的打造、运作技巧及实战策略；（3）优秀新媒体零售管理案例分析。（4）新媒体零售商业模式创新（5）分析与解决问题能力（6）信息处理能力（7）了解并掌握新媒体企业快速反应机制建立 |
| 教学方法和手段 | 讲授法、案例分析法、小组讨论法、角色扮演法、情景模拟、学习通等 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 期末综合成绩为平时成绩与期末闭卷考试成绩的综合，其中，期末闭卷考试成绩占综合成绩的60%，平时成绩占到期末综合成绩的40%，平时成绩考核有出勤、小组作业和个人作业完成情况、案例分析讨论表现、课堂模拟教学表现、等，具体比例如下：出勤占10%、小组和个人作业完成情况占10%、案例分析讨论表现占10%、课堂模拟教学表现占10%。 |

表20《新媒体营销学》课程描述

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 开设学期 |  | 课时数 |  | 学 分 |  |
| 课程内容 | 新媒体营销与网络营销；微博营销与微博活动策划；微信公众平台运营及高级营销方法；微信社群裂变增粉营销全流程实战；自媒体行业分析及运营实战策略；今日头条算法推荐原理及运营实战技巧；短视频营销技巧及短视频运营推广方法论；抖音短视频经典案例制作及营销技巧分析；新媒体数据分析及各平台数据分析技巧 |
| 学习要求 | 1.知识要求：（1）掌握新媒体营销综合应用技巧及营销方案传播策划撰写；（2）掌握网络营销平台的打造、运作技巧及实战策略；（3）优秀新媒体营销、“两微一抖”营销案例分析。2. 技能要求：（1）新媒体产品销售（2）新媒体商业模式创新（3）分析与解决问题能力（4）信息处理能力（5）创新与应变能力 |
| 教学方法和手段 | 讲授法、案例分析法、小组讨论法、角色扮演法、情景模拟、学习通等 |
| 教学组织形式 | 线上线下相结合，线上自学，线下面授辅导。 |
| 保障条件 | 营销综合实训室、智慧职教网络教学资源库 |
| 考核方式 | 期末综合成绩为平时成绩与期末闭卷考试成绩的综合，其中，期末闭卷考试成绩占综合成绩的60%，平时成绩占到期末综合成绩的40%，平时成绩考核有出勤、小组作业和个人作业完成情况、案例分析讨论表现、课堂模拟教学表现、等，具体比例如下：出勤占10%、小组和个人作业完成情况占10%、案例分析讨论表现占10%、课堂模拟教学表现占10%。 |

**4.实践性教学环节**

主要包括实训、实习、毕业设计、社会实践等。实训可在校内实训实验室、校外实训基地等开展；社会实践、顶岗实习、跟岗实习等可根据实际情况在校企合作相关企业或生源所在企业完成。实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》要求.

**5.相关要求**

结合实际，将思政教育、创新创业教育融入到专业课程教学和有关实践性教学环节中。开设安全教育、社会责任、绿色环保、管理等人文素养、科学素养方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入到专业课程教学中。

**6.学习方式**

针对不同类型生源的学习要求，在保证全日制普通学历教育基本属性的基础上，采取线上线下相结合的教学模式。线上学习依托网络教学平台进行，线下学习利用周末或假期到校进行集中授课和技能训练。结合课程类型，考核采取线上考核、线下考核或两者相结合的形式进行。

**（二）学时安排**

总学时为 2524 学时，每 16 学时折算 1 学分。其中，公共基础课总学时占总学时的 26%。理论教学学时占总学时的46%，实践性教学学时占于总学时的 54%，线下集中教学与指导学时占总学时的52%。顶岗实习及毕业设计累计时间为 24周，分阶段安排在五个学期进行。

**八、教学基本条件**

**（一）师资队伍**

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25：1，双师素质教师占专任教师比例不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2.专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历，扎实的市场营销专业相关理论功底和实践能力;具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3.专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能密切联系行业企业，了解行业企业对市场营销专业人才的实际需求，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4.兼职教师

兼职教师应具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的市场营销 等专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

**（二）教学设施**

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室和实训基地。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体设备,互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室基本要求

（1）营销业务综合实训室

从实景、实境的角度出发，配备能够满足本专业核心课程教学以及市场营销认知实训、单项技能实训、综合实训等实训要求的教学软硬件设施设备。

（2）营销新技术实训室

从实景、实境的角度出发，配备能够满足本专业核心课程教学以及营销新技术实训等实训要求的教学软硬件设施设备。

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。遵循长期规划、深度合作、共建共享的原则，优先选择拥有专业技术能手，人才培养、选拔体系比较完善的行业龙头企业作为校外实训基地，可供完成销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析等岗位群核心技能的训练和跟岗实习。校外实训基地须实际开展经营业务，实训设施齐备，实训岗位和实训指导教师确定，实训管理规章制度齐全。

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能够提供销售助理、销售代表、市场专员等相关实习岗位，能涵盖当前产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.支持信息化教学方面的基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

**（三）教学资源**

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1．教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2．图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要,方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

**九、质量保障**

（一）学校和二级院系建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

（二）学校、二级院系完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

（三）学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（四）专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

**十、毕业要求**

市场营销专业具有正式学籍的学生在规定的学习年限内，同时满足下列条件，准予毕业并颁发淮北职业技术学院毕业证书，国家承认学历。

1.德育考核评价达到合格以上。

2.在规定的学习年限内，所修课程的成绩全部合格，取得规定的学分。(其中：公共选修课不得低于6学分，专业选修课不低于9学分)

3.取得专业要求的相应的职业技能和职业资格证等级书。若学生取得行业企业认可度高的有关职业资格证书、技能等级证书以及已掌握的有关技术技能，按一定规则折算为学历教育相应学分。如：营销师的可折算《推销技巧与谈判》课程学分等。

**十一、附教学计划进度表**

**《市场营销》**

**专 业 人才培养方案**

**（2019 级）**

系部（盖章）：\_\_\_\_财经系\_\_\_\_\_\_\_\_

执 笔 人： 丁伟

审 核 人： \_\_\_\_李浩 \_

制 定 日 期： 2020年2月\_\_\_\_\_

淮北职业技术学院教务处制

二 0 一九年六月